

теми індустріального туризму в регіоні, на нашу думку, доцільно здійснювати в ході реалізації Державної та регіональної програм з підготовки та проведення до Чемпіонату Європи з футболу „Євро-2012” [2].

За даними Світового економічного форуму, в сфері мандрювань і туризму Україна серед 124 країн світу займає 78-е місце. Туризм в Україні «забезпечує» формування менше 1% ВВП, тоді як в економічно розвинутих країнах цей показник досягає 6-8% [6].

Вказане надасть можливість: оперативно приймати рішення щодо втілення заходів з реалізації турмаршрутів, долучити до реалізації ідеї фахівців різного профілю з числа промисловців, управлінців всіх рівнів, наглядових і фіскальних структур, керівники та провідні спеціалісти яких входять до робочих груп з реалізації заходів, передбачених вказаними програмами.

Це не тільки зекономить час на узгодження, налагодження спільних з тур-агенціями заходів, а й дозволить реалізовувати ідеї та пропозиції в єдиному задумі сучасної містобудівної політики.

1. Про туризм: Закон України (324/95-ВР) // <http://zakon.rada.gov.ua>.

2. Про схвалення Концепції організації розміщення гостей та учасників фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу: Розпорядження Кабінету Міністрів України №475-р від 10 червня 2009 р. // Урядовий кур'єр. – 2009. – №121.

3. Чердніченко О.Ю., Чердніченко А.О. Взаємозв'язок між туристичним сектором економіки та залізничним транспортом України // Вісник економіки транспорту і промисловості. Вип.21. – Харків: УкрДАЗТ, 2008. – С.141-144.

4. Туризм и гостиничное хозяйство / Под ред. проф., д.э.н. А.Д.Чудновского. – М.: Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ»; ЭКМОС, 2000. – 400 с.

5. Захарин С. Год туризм запомнится повышением цен на туризм // Украинская туристическая газета. – 2008. – №5.

6. Захарин С. Туристические итоги лета // Украинская туристическая газета. – 2008. – №10.

7. Ихельзон Е. Хозяева рудных гор // Сегодня. – 2009. – №136.

8. Федоров А. Особенности рынка въездного туризма // Украинская туристическая газета. – 2009. – №6.

9. Якушко О. Харьков дают туристам в довесок // Сегодня. – 2008. – №153.

Отримано 06.11.2009

УДК 316.3 : 008

О.В.ЛЫСИКОВА, канд. истор. наук

*Саратовский государственный технический университет
(Российская Федерация)*

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ ТУРИСТОВ В ВОЛЖСКОМ КРУИЗЕ

Исследуются современные особенности круизного туризма на Волге. Рассматриваются контуры идентичности туристов в волжском круизе, анализируется многогранность восприятия границ в туризме в качестве временных границ советского и современного туристского опыта. На основе эмпирических данных систематизируются мотивации и

ценности туристов волжского круиза, пребывающих между традиционным отдыхом из советского опыта и реализацией своей заветной мечты.

Досліджуються сучасні особливості круїзного туризму на Волзі. Розглядаються контури ідентичності туристів у волжському круїзі, аналізується багатогранність сприйняття обмежень в туризмі в якості часових границь радянського і сучасного туристичного досвіду. На основі емпіричних даних систематизуються мотивації і цінності туристів волжського круїзу, які перебувають між традиційним відпочинком виходячи з радянського досвіду і реалізацією своєї заповітної мрії.

In this article some modern features of Volga cruise tourism are analyzed. The contours of tourists identity in the Volga cruise are considered, multifaceted nature of borders perception in tourism as time borders of the Soviet and modern tourist experience. Referring on the empirical results the motivations and values of tourists of the Volga cruise, who are staying between the traditional rest of the Soviet experience and precious dream realization are systematized.

Ключевые слова: туризм, круиз, Волга, идентичность туриста, мотивации туристов, советский туризм.

В настоящее время круизный туризм во всем мире является динамично развивающимся направлением турбизнеса. Если в 1997 г. на круизных судах по морским и речным маршрутам путешествовало около 7 млн. человек [1], то в 2002 г. только в морские путешествия отправились более 9,5 млн. человек по всему миру. По экспертным оценкам к 2010 г. число отправляющихся в морские путешествия достигнет 17 млн. человек [2]. По мнению специалистов Ocean Shipping Consultants, наступает «золотой век круизов»: в течение длительного периода сохраняется тенденция в предпочтении круизного туризма состоятельными пенсионерами, семьями и молодыми людьми возрастной категории около тридцати лет [3]. Специализированным веб-сайтом CruiseCritic.co.uk (www.cruisecritic.co.uk) представлен список из 10 рек, которые являются наиболее интересными для круизных туристов в 2009 г. – Дунай, Дуэро, Янцзы, Рейн, Рона, Нил, Муррей, Волга, Меконг, река Святого Лаврентия [4].

В настоящее время по российским рекам путешествует порядка 1 млн. человек на ста теплоходах [5]. Согласно результатам социологического опроса службы «Ромир» весной 2009 г. на предмет выявления клиентской базы российского круизного рынка, 4 млн. 750 тыс. россиян выразили готовность отправиться в круиз [6]. Перевозки туристов водным транспортом в России имеют сегодня небольшой удельный вес – около 5% общего объема транспортных путешествий. Внутренний туризм в России по направлению водный транспорт неизменно сокращается: количество туристов-пассажиров в течение 1990-2006 гг. уменьшилось с 1478,2 до 512,4 тыс. человек (на 65,3%) [7]. Однако в недалеком будущем эксперты прогнозируют качественные изменения в круизном туризме: строятся новые комфортабельные лайнеры, расширяется

выбор туристских маршрутов, береговых экскурсий в портах захода. Перспективы развития круизного туризма в России обсуждались на Всероссийской конференции «Основные возможности, приоритеты и направления развития круизной инфраструктуры» в Нижнем Новгороде в ноябре 2007 г. Главным препятствием развития круизного туризма в стране является нехватка круизных судов. Правительством РФ поставлена задача развития круизного туризма на Средней и Нижней Волге.

Актуальность темы связана с насущной потребностью развития внутреннего туризма в масштабах сопредельных российских регионов. Сегодня на Волге сосредоточен самый многочисленный российский речной флот. Около 30 акционерных судоходных компаний – речных пароходств эксплуатируют внутренние водные пути. В пределах Саратовской области по Волге проходит 20 маршрутов речных круизных линий. В последние годы тема путешествий и туризма по воде, проблемы речного круизного туризма находятся в центре исследовательского интереса. В данной статье исследуется круизный туризм по Волге в период высокого сезона 2007-2009 гг. с использованием качественной социологической методологии. Объектом исследования являются осуществляемые туристские практики людей в рамках волжского круиза, предметом служит мотивационная структура и ценностная система реализуемых туристских практик. Внимание сфокусировано на причинах выбора людьми этого вида туризма. В статье представлены модели идентичности туристов в круизном речном путешествии. Используются данные, регистрируемые прямым включенным наблюдением в рамках взаимоотношений субъект-исследователь, объект, исследуемый на протяжении высокого туристско-круизного сезона по Волге 2007-2009 гг. на теплоходах «Александр Герцен» (Самара – Астрахань – Самара, лето 2007 года), «Александр Невский» (Саратов – Астрахань – Саратов, лето 2008 года; Волгоград – Казань – Волгоград, лето 2009 года). Проведенное гидом интервью исследование позволяет сосредоточить внимание на смысле выбора стратегии действий людей в качестве акторов туристских практик. Перечень тем интервью, процесс сбора данных направлен на активное участие обследуемых. Информантами выступили 22 пассажира четырехпалубного теплохода «Александр Невский», следующего по маршруту Волгоград – Саратов – Самара – Казань – Самара – Саратов – Волгоград. Интервью проводилось в течение девяти дней высокого туристского сезона 2009 г. Организатор путешествия – круизный туроператор компания «Круиз», г. Волгоград. К середине июля 2009 г. на борту теплохода «Александр Невский» путешествовало 135 туристов. Выборка информантов отвечает критерию квотности: отбор интервьюируемых осуществлен в зависимости от социально-демографических харак-

теристик, отражающих количественно-качественный состав пассажиров теплохода. С помощью метода опроса – персонального интервью фокусированного типа – было исследовано 22 респондента, среди которых 14 женщин и 8 мужчин в возрасте от 13 до 84 лет, от впервые путешествующих в круизе до многократного (3-5 раз), проживающих в Волгограде, Саратове, Екатеринбурге, Балаково Саратовской области, Волгодонске Ростовской области, Севастополе (Украина), Ларами (США, штат Вайоминг). Образование, профессиональная деятельность, трудовая занятость респондентов характеризуются широким разнообразием: пятеро пенсионеров, из которых один работающий; три преподавателя, один из которых работает в университете, двое – в колледжах; два директора частных предприятий; два врача; два государственных служащих; два старшеклассника; один бухгалтер; один частный предприниматель; один сотрудник подросткового клуба; один концертмейстер; одна санитарка; одна домохозяйка.

Туристы в волжском круизе: контуры идентичности. Путешествие по Волге своей временной степенностью и пространственным масштабом позволяет туристу приблизиться к ощущениям, не свойственным людям нашего времени. Сейчас наблюдается «...распадение времени на эпизоды, каждый из которых замкнут в себе и самодостаточен. Время больше не река, а скопление запруд и омутов» [8]. Для путешествующих по Волге туристов отрезок времени круизного путешествия ярок и насыщен впечатлениями. Контрастируя предшествующему и последующему биографическим этапам путешественника, он по форме и содержанию ассоциируется с полноводной и красивой Волгой. Поиски своей идентичности протекают в социуме, где общности «могут быть лишь эфемерными артефактами продолжающейся игры индивидуальности, а не силами, определяющими идентичность человека» [9]. Туристы как сообщество – явление непостоянное и аморфное. Любой нетурист является потенциальным туристом, а турист, вернувшийся из поездки, перестает быть таковым. В контексте социокультурной динамики современного туризма актуально определение идентичности туриста, в практиках которого чередуются периоды реального, виртуального и рефлексивного туризма – осмысления и переработки потоков информации в процессе путешествия и после него, изменяющих мировоззрение человека и нацеливающих его на новые поездки. *«Планирую в сентябре на будущее. Уходит время на переработку информации. Сегодня приехал, завтра на работу, мало времени на анализ. В процессе размышлений, переработки опыта рождаются новые замыслы»* (муж., 32 года, Саратов, преподаватель, третья поездка в круизе, И17).

Исследуя возможные временные и пространственные положения в

путешествии, Э.Гэйм обращает внимание на наличие особенности и случайности в жизненном опыте и формах знания человека. В современной культурной теории движение и изменение рассматриваются как условия существования смысла, знания и индивида в противоположность определениям идентичности и целостности [10]. За последнее десятилетие объем «движения» заметно вырос [11]. Движение является основополагающим принципом туризма, равно как и возвращение человека в исходную точку – свой дом. Однако формы движения в путешествии многообразны: «Пространственные формы работают по-разному, делают возможными разные отношения и способы бытия. Пространство множественно: дороги, карты, двери, мосты продуцируют разные пространства и практики осмотра, исследования, открытия. Разные формы и практики продуцируют пространство по-своему» [12]. Интервьюируемые акцентируют внимание на личностном опыте восприятия окружающего мира в процессе путешествия. *«Я здесь своим глазами вижу родные просторы, как название конфет»* (жен., 14 лет, Саратов, школьница, первая поездка в круизе, И7). *«Для меня представляют большой интерес все материальные информационные источники - карты, путеводители, схемы, открытки, фотографии по ходу нашего маршрута»* (муж., 42 года, Ларами, США, преподаватель, третья поездка в круизе, И19). *«По радио слышал: «Первые 30 лет надо учиться, следующие 30 лет – путешествовать, последние 30 лет – рассказывать об этом»* (И17). Движение во взаимосвязи движения и покоя может быть различным – от полного ощущения успокоения до высокой степени мобильности, о чем сообщают информанты при описании своего туристского опыта и в попытках идентифицировать прежде всего себя, а потом уже и других туристов. Для многих собеседников движение в круизе соизмеримо с душевной гармонией. *«Еду нервы успокоить. Освоить новое пространство»* (жен., 60 лет, Волгоград, пенсионерка, вторая поездка в круизе, И1). *«В круизной поездке наслаждаюсь покоем, в обычной жизни – суета сует»* (жен., 66 лет, Волгоград, пенсионерка, вторая поездка в круизе И2). *«Едем за спокойствием, отдохновением»* (муж., 42 года, Волгоград, коммерсант, четвертая поездка в круизе, И9). Круизное путешествие воспринимается как способ получения положительных эмоций. *«Круиз по Волге заряжает положительными эмоциями – то, что видим, слышим, в чем участвуем, как ощущаем происходящее. Эта поездка – заряд на будущее»* (жен., 57 лет, Саратов, пенсионерка, первая поездка в круизе, И15). Обстановка в круизе способствует погружению в собственные мысли и ощущения. *«Хочу сосредоточиться с мыслями. Хожу по палубам, хожу-брожу. Я зарядился круизом»* (И17). *«Круизный отдых – возможность спокойно отдохнуть, без забот, тревог, волнений,*

бытовых проблем... *Важно менять, чередовать виды отдыха*» (жен., 36 лет, Балаково, служащая, вторая поездка в круизе, И18). *«Нам нужна смена видов и форм отдыха. Этот круиз дает заряд на четыре года»* (муж., 45 лет, Волгоград, госслужащий, третья поездка в круизе, И14). *«Путешествовать нужно ради новых впечатлений, знакомств, хорошего настроения»* (И7). Информанты подчеркивают свое стремление обрести в круизном путешествии душевное спокойствие, которое осознается ими как важная цель поездки и условие хорошего настроения и самочувствия.

В ходе интервью круизеры задаются вопросом о характере отдыха в круизе. Ответ представляется неоднозначным. Ряд туристов отстаивают позицию активного отдыха. *«Да разве на теплоходе не пассивный туризм? Вообще как посмотреть»* (жен., 45 лет, Балаково, врач, вторая поездка в круизе, И10). *«Круизы – это активный отдых. Все опять-таки относительно: на корабле перемещаюсь в пространстве относительно берегов. На 95% – активный туризм, на 5% – пассивный. Здесь, на воде, открывается величие обзора. Как можно больше путешествовать нужно каждому человеку»* (И17). Аргументированным представляется мнение о пассивном характере отдыха на воде. *«На теплоходе много преподавателей университета, по много раз ездят по одному маршруту, для них это пассивный туризм: ни о чем не думать, не заботиться ни о чем, наблюдать, созерцать»* (муж., 55 лет, Севастополь, директор частного предприятия, вторая поездка в круизе, И5). *«Круиз – это пассивный отдых, эмоциональная разгрузка. В обыденности, когда сменяют друг друга дом и работа, накапливается ощущение, что жизнь мимо проходит и хочется иного. Туризм связан с круизным началом»* (И14). И все-таки преобладает точка зрения о сочетании активной и пассивной форм отдыха. *«В круизе чередуется пассивный и активный отдых. Волжский круиз потрясающе заряжает. Много слышу скепсиса от знакомых о теплоходном туризме. Нужно самим испытать и почувствовать перед тем, как обобщать и советовать»* (жен., 43 года, Саратов, врач, вторая поездка в круизе, И16).

Протяженный во времени человеческий опыт включает в себя остановки, перерывы, моменты покоя, где неразрывна взаимосвязь времени и пространства. Один из пассажиров делится субъективным ощущением течения времени в круизе. *«Здесь, в круизе по Волге забываешь счет времени, какой день, который час, это ли не счастье?»* (жен., 42 года, Волгоград, бухгалтер, пятая поездка в круизе, И6).

Границы в туризме: многогранность восприятия. Время и пространство служат основными критериями идентификации туриста, реализующего совокупность характерных практик вне дома и в определен-

но заданный промежуток времени. С мая 2009 г. в г.Саратове издается ежемесячный журнал «Без границ», на титульной странице которого обозначена цель издания – «содействие путешественникам». Само понятие «границы» – «за границу» предполагает не только рубеж известного и неизвестного, своего и чужого, но и двустороннюю взаимозависимость разделения и связи. В случае круизного туризма фиксируем разделение и связь в трех полях: 1) временные границы советского и современного туристского опыта; 2) пространственные границы в рамках выездного и внутреннего туризма, во втором случае можно визуально зафиксировать границы между областями и регионами на физических картах и отметить их отсутствие в ходе наблюдений и созерцаний по ходу движения; 3) социально-статусные границы между туристами. Подробнее остановимся на анализе временных границ советского и современного туристского опыта.

Каждый человек в силу своей уникальности воспринимает мир избирательно, его внутренний мир организован в индивидуальных формах времени. Индивид может воспринимать время как непрерывный поток изменений, так и контролируемое постоянство [13]. Пассажиры со стажем круизного отдыха делились своими воспоминаниями и наблюдениями, сравнивая туризм 1950-1980-х годов с современными практиками. Многие отмечают широкие возможности путешествия по СССР, социальный характер туризма и льготы на поездки. *«Во времена СССР по всей стране можно было ездить, все зависело от желания, ездили же на третьих полках в поездах. Внутренний туризм процветал»* (И17). *«В советское время самостоятельно летала самолетом, отправлялась в поездки выходного дня. В детские каникулы отправлялись куда-либо, 70% оплачивал профсоюз, 30% сами. Как почетный донор имела льготные путевки. По сравнению с советским отдыхом сейчас небо и земля. Доступнее был отдых в Советском Союзе»* (И1). *«Родители наши ездили по турпутевкам. В советское время турбизнес был развит, был доступен»* (И14). *«В советское время давали льготные путевки. Отдыхала в ведомственных санаториях. Льготные турпоездки всегда играют роль поправки»* (И2). Турист с большим стажем круизных путешествий вспоминает о редкой и счастливой возможности путешествия по Волге: *«В советское время ездили в скромной каюте в трюме всей семьей по Волге. В 1952 году открыли канал Волга – Дон. Мы с мужем поехали на трехпалубном теплоходе по маршруту Саратов – Волгоград – Астрахань – Ростов-на-Дону и обратно. Путевок было не достать. Купили путевку по благу. Нам дали отдельную каюту, хорошо обслуживали. Каждый день капитан интересовался – как дела, все ли нам нравится. Окрестности были малопривлекательными у*

шлюзов: никакой зелени, земляные насыпи. В месте пересечения Волга – Дон высились из воды две огромные статуи Ленина и Сталина. Позже Сталина убрали. А в 1970-е годы с мужем путешествовала по Волге до истоков, в Карелию, на Валаам» (жен., 84 года, Саратов, пенсионерка, пятая поездка в круизе, И3). Информант считает, в периодичности путешествий ничего не меняется: «Люди путешествуют ежегодно и в советское время, и сейчас» (И2). Пассажир теплохода «Александр Невский» полагает, что «по сравнению с советским опытом путешествий сейчас доступнее в организации, выше по степени комфорта» (И15). Однако многими отмечается спад в развитии круизного туризма. «Раньше на рейде в Волгограде стояло по двадцать теплоходов, а что сейчас?» (И1).

Современный человек становится субъектом времени, что реализуется в его стремлении к свободе действия, оперативности, интенсификации жизни [14]. Потенциальный турист стремится оптимально организовать свободное время, он планирует путешествие, соизмеряет свои желания с временными и финансовыми ресурсами, в полной мере осознает необходимость управления ими. Современный турист участвует в формировании нового стиля туристской деятельности и активности.

Мотивации и ценности туристов волжского круиза. Сегодня в мире насчитывается свыше 300 видов и подвидов туризма, которые постоянно пополняются. Конкретная турпоездка не может быть строго отнесена к одному определенному виду, поскольку совмещает различные туристские цели, мотивации, интересы, потребности, которые отчасти присутствуют до поездки и корректируются после нее с перспективой на будущие путешествия. В основе туристской активности лежит туристская мотивация как фактор принятия решения о путешествии и выборе турпродукта. Комбинация мотиваций к туризму не остается неизменной в течение времени и зависит от многих факторов, ведущими из которых являются туристский опыт и уровень дохода.

Э.Коэн предлагает классификацию туристских ролей, основной переменной формирования которых является соотношение «нового» и «знакомого». Причем каждая туристская роль характеризуется особой формой потребительского поведения, мотивами путешествия и выбором турпродукта. Жесткое разграничение туристских ролей в настоящее время, на наш взгляд, не является объективным отражением реальных туристских практик, поскольку конкретный турист в отдельно взятой турпоездке совмещает данные роли, от чего путешествие не утрачивает своей целостности. Представляется проблематичным выявление степени новизны и узнаваемости, их соотношение в туристских практиках, так как современный турист обладает широкими возможностями пред-

варительной информационной подготовки к турпоездке. А.Мачин выделяет четыре побуждающих мотива к путешествию: исследование, завоевание, бизнес, досуг [15]. Руководствуясь классификацией туристских ролей Э.Козна и мотивациями к путешествию А.Мачина выдвинем гипотезу о том, что современный круизер совмещает институциональные туристские формы организованного массового и индивидуального туриста с неинституциональными туристскими формами «исследователя», «бродяги», «предпринимателя», «гедониста», «завоевателя» [16]. Обратимся к мнениям информантов относительно их мотиваций к круизному туризму по Волге.

Многими интервьюируемыми отмечается потребность в оздоровлении природными факторами. *«Вода успокаивает душу и тело. Для меня это – полноценный отдых... Туризм несет человеку благо, вдохновение»* (жен., 38 лет, Волгоград, санитарка, вторая поездка в круизе, И22). *«Путешествие дает мне бодрость духа, настроение негативное уходит, опять-таки чистый воздух»* (И1). *«Круизное путешествие для меня – отдых для ума, жизненная мотивация, новые впечатления, обилие свежего воздуха, радость жизни»* (И3). *«Дышать - надышаться бы»* (И8). *«Мне нравится воздух, солнце и вода»* (И6). В ходе интервью приводится фактор склонности к круизному виду туризма. *«Сложилась душевная потребность и склонность именно к этому виду отдыха и путешествия»* (жен., 31 лет, Саратов, концертмейстер, третья поездка в круизе, И20). *«Предпочитаю круизный вид туризма, почему – не задумывался. Еду и еду, плаву и плаву»* (муж., 50 лет, Волгоград, директор частного предприятия, четвертая поездка в круизе, И4). Особо отмечается важность осмысленного путешествия, что связано и с возрастом, и с жизненным опытом. *«Много в отдыхе, туризме, путешествии нюансов: время, желание. Ехать мир познавать нужно после 18 лет, до того – рано. Память и впечатления просыпаются позже»* (И17). Многократно в качестве мотивации круизного туризма называется эстетическое удовольствие от созерцания природных ландшафтов и культурных достопримечательностей. *«В круизе казалось бы плывем и плывем, но здесь все не просто, все в комплексе: озонотерапия – дышим, визуально воспринимаем роскошные ландшафты, просто улада для глаз»* (И6). *«Положительные впечатления от поездки: получаем эстетическое визуальное удовольствие, в каждом городе что-то свое неповторимое»* (И14). *«Путешествие – это новые впечатления...Очень люблю воду. Природа красивая»* (И16). В рассуждениях туристов доминирует рекреационная и познавательная мотивация круизного путешествия по Волге, что предполагает сочетание оздоровительных, гносеологических, гедонистических целей туризма. Интервьюируемые единодушны в том,

что Волга является неисчерпаемым ресурсом физического и духовного здоровья и благополучия человека.

Итак, в настоящее время особое значение для людей среди прочих видов туристской активности приобретает внутренний речной круизный туризм, характеризующийся неразрывностью рекреационности и познавательности. Его предпочитают люди третьего возраста, семейные пары, путешествующие как с детьми, так и без них, молодожены, компании друзей. Сегодня можно говорить о межпоколенческом характере данного вида туризма, когда в путешествие отправляются семьи из двух-трех поколений. Среди круизных туристов велика доля постоянных клиентов.

Туристы в волжском круизе обретают контуры своей идентичности в конфигурации «движение – покой». Анализ эмпирических данных позволил выделить временные границы советского и современного туристского опыта. Туризм как совокупность социальных практик позволяет путешествующим по своей родине людям формировать собственную идентичность через сравнение себя самих со своим прежним опытом, себя с «иными» – туристами предшествующих поколений, другими туристами. Комбинирование различных видов туризма составляет своеобразие и преимущество круизного туризма, который принимает как активные, так и пассивные формы, что напрямую зависит от интересов и потребностей самих туристов-круизеров. Современный турист руководствуется разнообразными туристскими мотивами, отражающими как его личные, так и коллективные интересы и потребности. Комбинация мотиваций к туризму не остается неизменной в течение времени и зависит от многих факторов, ведущими из которых являются туристский опыт и уровень дохода. Круизный туризм, с одной стороны, продолжает практики традиционного советского отдыха, а, с другой стороны, является реализацией мечты и долго вынашиваемых планов. *«Круиз реализовал нашу мечту»* (И5). *«Давно о такой поездке мечтала, воплотилась заветная мечта»* (И15). Представляется крайне важным, чтобы туризм нес с собой ценностно-позитивный компонент и транслировался во времени и пространстве, преобразуя индивидуальный опыт в коллективное достояние.

1.Cohen, E. Toward a Sociology of Internatioal Tourism // Social Research. – 1972. – Vol. 39.

2.Costa Crociere, социологическое исследование. Режим доступа: <http://www.tourinfo.ru>.

3.Game, A. Travel / A. Game // International sociology. London: Sage. – 1998. – Vol.13. №1.

4.Machin A. The Social Helix: Visitor Interpretation As A Tool For Social Development / A. Machin. London: Belhaven, 1989; Machin, A. The Environment As Data: Building New

- Theory For Tourism / A. Machin. 2007. Режим доступа: <http://alanmachintopics.net>.
- 5.Бауман З. От паломника к туристу // Социологический журнал. – 1995. – №4.
- 6.Бауман З. Текучая современность: Пер. с англ. / Под ред. Ю.А.Асочакова. – СПб.: Питер, 2008.
- 7.Десятка лучших для круизов рек в 2009 году. 07.07.2009. Режим доступа: <http://www.TURIZM.RU>.
- 8.Квартальный В.А. Туризм . – М.: Финансы и статистика, 2003.
- 9.Коваленко В.В. Дифференциация населения в России и его возможности в потреблении туристских услуг // Вестник НАТ. –2008. – №2.
- 10.Отдать швартовы // BusinessTravel. – 2008. – №10.
- 11.Статистические данные по круизному туризму ассоциации морских путешествий Cruise Lines International Association (CLIA). Режим доступа: <http://www.mcids.ru>.
- 12.Угрюм-река // Туринфо. – 2009. – №28.
- 13.Урри Дж. Взгляд туриста и глобализация. Массовая культура: современные западные исследования: Пер. с англ. / Отв. ред. В.В.Зверева. – М.: Прагматика культуры, 2005.
- 14.Ярская, В.Н. Время в эволюции культуры: философские очерки. – Саратов, 1989.
- 15.Пространство и время социальных изменений / В.Н.Ярская, Л.С.Яковлев, В.В.Печенкин, О.Н.Ежов. – Саратов: Научная книга, 2004.
- 16.Cohen, E. Toward a Sociology of Internatioal Tourism // Social Research. – 1972. – Vol. 39. – P.72.

Получено 25.01.2010

УДК 338.242 : 621.31

С.В.СНІЖКО, канд. екон. наук

Харківська національна академія міського господарства

ВДОСКОНАЛЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ РИНКІВ ТЕПЛОПОСТАЧАННЯ

Розглядається сучасний стан функціонування системи централізованого теплопостачання міст України. Пропонуються механізми оптимізації використання паливно-енергетичних ресурсів на регіональних ринках теплопостачання.

Рассматривается современное состояние функционирования системы централизованного теплоснабжения городов Украины. Предлагаются механизмы оптимизации использования топливно-энергетических ресурсов в региональных рынках теплоснабжения.

The modern state of functioning of system of the centralised heat supply of cities of Ukraine is considered. Mechanisms of optimisation of use of fuel and energy resources in the regional markets of a heat supply are offered.

Ключові слова: життєзабезпечення міст, комунальна енергетика, комерційний облік теплової енергії, паливно-енергетичний баланс регіону, менеджмент, регіональні ринки, регулювання, теплопостачання.

Актуальність забезпечення стабільності систем життєзабезпечення міст зростає на сучасному етапі, оскільки майбутній період розвитку української теплової енергетики, та й всієї економіки може бути оціне-